



Modelli formativi per l'attrattività delle aziende verso i giovani

SCENARIO DI RIFERIMENTO

Il territorio di Bergamo è ad alta densità manifatturiera con un mercato particolarmente performante. Il tasso di disoccupazione contenuto e le prospettive demografiche pongono un problema di quantità di offerta di profili professionali. Si tratta di una carenza di profili professionali (specializzati e non) che si innesta su un mismatch di competenze tecniche che si è già andato ad aggravare negli ultimi anni e che tende ad un peggioramento atteso per i prossimi anche alla luce delle previsioni demografiche che indicano un progressivo invecchiamento della popolazione residente. Si aggiunge poi un mismatch valoriale legato ai **valori e alle priorità che caratterizzano le nuove generazioni.**

Ci ritroviamo da ormai un decennio in una tensione importante rispetto alla reperibilità delle risorse. È dal 2012 che le aziende lamentano la difficoltà a reclutare figure professionali. **Le job vacancies faticano ad essere riempite per la difficoltà di non trovare i profili ricercati o di non trovarli con le competenze richieste.**

Quello che prima era un semplice mismatch di natura qualitativa sulle competenze offerte e richieste, col tempo è divenuto un problema strutturale che, riducendo anche le quantità effettivamente disponibili sul mercato, mette seriamente a repentaglio la possibilità di crescita e il profilo di **sostenibilità delle singole imprese.**

TARGET

Il target di riferimento è caratterizzato da Dirigenti e manager che si trovano a dover gestire le nuove generazioni, ad un cambio nella selezione e nello sviluppo, una nuova interpretazione delle richieste dei giovani, ecc.

I Dirigenti e manager d'azienda sono i principali attori nel processo di comprensione dei bisogni dei giovani e di interpretazione dei valori nascosti e visibili di un'organizzazione aziendale dove il livello nascosto è rappresentato dalla parte intangibile della cultura (storia, valori, convinzioni di fondo, processi mentali, ecc) e il livello visibile è inteso come parte conosciuta (cerimonie, colori, strutture organizzative, documenti, ecc).

Nell'attuale scenario economico e lavorativo la chiave dell'efficacia professionale è saper individuare i fattori di competenza e di curarne il loro sviluppo, in una logica di anticipazione rispetto ai bisogni dei giovani. In questa fase, le aziende dovranno avere un ruolo attivo ed essere supportate per attrarre le nuove generazioni; definire percorsi di formazione volti a sviluppare, accrescere, aggiornare le competenze tecniche necessarie; impostare/definire sistemi organizzativi capaci di trattenere e valorizzare le persone; implementare sistemi di assessment in grado di riconoscere i talenti. Si tratta, dunque, di sensibilizzare ed accompagnare le aziende nel miglioramento delle fasi di attrattività, selezione, formazione e retention verso i giovani e si tratta di promuovere la crescita manageriale delle imprese.



OBIETTIVI

Finalità del progetto è promuovere l'innovazione e la crescita della capacità manageriale delle imprese, e in prevalenza delle PMI, dei territori di Bergamo e Varese sul tema della attrattività delle imprese. Obiettivo generale è sviluppare un contesto utile allo sviluppo delle competenze manageriali sul tema della attrattività delle imprese.

Obiettivi specifici sono:

- accrescere le conoscenze relative al contesto del mercato del lavoro specificatamente sui territori di Bergamo e Varese;
- aumentare la sensibilizzazione dei dirigenti alla tematica della attrattività delle imprese;
- identificare un modello di attrattività per le imprese che faciliti l'inserimento delle nuove generazioni e che sia coerente con le priorità di sviluppo delle organizzazioni manifatturiere;
- sviluppare un prototipo di modello formativo per la crescita delle competenze dei dirigenti funzionali allo sviluppo dell'attrattività delle imprese;
- disseminare i risultati del progetto a tutte le aziende delle due province e a livello nazionale.

ATTIVITÀ CORE

La prima fase del progetto prevede una ricerca che analizza il mercato del lavoro nazionale e territoriale; i modelli di attrattività delle imprese e i nuovi valori dei giovani. I risultati dell'analisi permetterà di redigere una breve survey con l'obiettivo di analizzare le competenze manageriali dei dirigenti rispetto alla gestione dei giovani in azienda; la tensione rispetto alla scarsa reperibilità delle risorse; il livello di attrattività delle aziende verso le nuove generazioni.

La fase successiva alla somministrazione della survey ad un campione qualitativamente rappresentativo sui territori di Bergamo e Varese è caratterizzata dalla realizzazione di focus group per attivare un confronto sulle modalità adottate dalle singole aziende rispetto ai propri processi di attrazione dei giovani oltre che delle competenze manageriali messe in campo per il raggiungimento dei risultati. Dall'attività più generale in plenaria, si passerà ad una più periferica svolgendo una analisi sul campo in minimo 5 aziende individuate a valle del focus group. Lo scopo dell'analisi aziendale è l'identificazione di modelli di sviluppo delle competenze manageriali per colmare il gap in termini di gestione e rafforzamento dell'attrattività delle imprese nei confronti delle giovani generazioni.

I risultati delle attività svolte in plenaria e sul campo permetteranno di predisporre un modello di competenze manageriali utili ai dirigenti per rendere le proprie aziende costantemente attrattive.



Conseguentemente, sarà possibile definire una “una cassetta degli attrezzi” e fare una modellizzazione di un prototipo formativo rivolto ai dirigenti per lo sviluppo di competenze volte ad accrescere il grado di attrattività delle imprese e a mitigare il mismatch di competenze tecniche sul mercato.

A chiusura delle fasi illustrate verrà redatto un report finale al fine di diffondere il modello ed i risultati raggiunti.

RISULTATI ATTESI

I risultati attesi dell'iniziativa, anche in un'ottica di replicabilità e scalabilità, sono i seguenti:

- aumento della diffusione e della qualità delle conoscenze sul tema dell'attrattività delle imprese nei confronti delle nuove generazioni;
- aumento del grado di sensibilità delle imprese rispetto allo shortage e mismatch delle professionalità e delle variabili che influenzano l'attrattività delle aziende;
- sviluppo di strumenti dedicati al tema dell'attrattività delle imprese e alla conoscenza degli aspetti sociali ed economici del mercato del lavoro dei territori coinvolti;
- realizzazione di un modello di attrattività delle imprese verso le nuove generazioni e delle competenze manageriali ad esso connesso
- progressiva riduzione del mismatch di competenze per le aziende coinvolte sul progetto.

[LINK](#)